



CARLOS PIRES DE MIRANDA

carlos@piresdemiranda.com.br

ADEGA

A Copa já começou

A um ano de sua abertura, no estádio que o Corinthians finaliza em São Paulo, a Copa de 2014 já desenhou, entre outros, o processo de produção de seu vinho oficial. A distinção coube à Lidio Carraro, vinícola pequena, jovem, mas com experiência em grandes eventos: eram dela os vinhos dos jogos Panamericanos do Rio em 2007.

O projeto Faces apresentará uma nova linha de produtos, com a qual

a Lidio Carraro espera atingir novos mercados. Os vinhos serão servidos em solenidades, eventos e, durante os jogos, em todos os camarotes dos estádios. Com os novos rótulos, a vinícola alcançará, além de seus revendedores habituais, as melhores redes de supermercados em todo o mundo.

Essa responsabilidade torna mais interessante a seção abaixo, em que a enóloga da Lidio Carraro responde a perguntas deste colunista.

Três perguntas para

MONICA ROSSETTI

Enóloga da Lidio Carraro Vinícola Boutique



GILMAR GOMES/DIVULGAÇÃO/JC

Engajada desde o início no projeto da vinícola e sua principal enóloga, Monica tem formação superior em Enologia no Brasil e especialização na Itália, país onde há cinco anos presta consultoria técnica para importantes vinícolas. Ela desenvolveu um método de viticultura e enologia de precisão chamado animavitis e, apesar de sua juventude, já contabiliza o acompanhamento de 25 safras entre os dois hemisférios.

Somente na Lidio Carraro, coordena a produção de 360 toneladas de uvas em 42 hectares de vinhedos próprios, com as quais são elaboradas 300 mil garrafas de vinhos finos - será o dobro até 2014, em função da Copa. Essa linha específica - de nome Faces - levará a marca além das categorizadas lojas e restaurantes habituais: também estará em supermercados Premium do Brasil e do exterior.

1 A Lidio Carraro pretende permanecer uma vinícola boutique ou já cresceu demais para isso?

O conceito de boutique para nós é mais amplo do que os números, tem a ver com cuidados desde a implantação do vinhedo até a apresentação do produto ao mercado. Todo o processo de criação do vinho é diferenciado, cada um tem seu projeto específico. O crescimento em volume previsto para 2014 não compromete a qualidade, pois é baseado na produção própria das uvas. O vinho da Copa segue o mesmo conceito, será o melhor que se pode fazer.

2 Quais as características principais de seus vinhos, eles são bons de guarda?

Nosso foco é mantido exclusivamente em vinhos Premium e Top Premium. Concentramos esforços para obter uma

matéria-prima de excelência, conduzimos o processo com a mínima interferência e o máximo respeito à expressão natural da uva e a seu território de origem e optamos por não usar madeira durante o processo de maturação. Todos os vinhos da linha Top Premium são considerados de guarda, já que somente chegam ao consumidor após um mínimo de três a quatro anos depois do engarrafamento. Em geral, eles têm potencial de guarda superior a 10 anos.

3 Como se insere a LC no mercado brasileiro de vinhos?

A Lidio Carraro ainda está desenvolvendo sua estrutura comercial, mas está presente em lojas especializadas e nos melhores restaurantes do Brasil. Já o projeto Faces, lançado através do Vinho da Copa 2014, abrange também os principais supermercados Premium.

DOSES



JURUPIGA/DIVULGAÇÃO/JC

• O 1º Festival de Gastronomia do Rio Grande do Sul terá alentada programação, entre 25 e 30 de junho, no Parque Assis Brasil. Dia 26, em palestra marcada para as 15h, Hermes Dias contará a história de sua cachaça Jurupiga (acima), criada por seus avós na Ilha dos Marinheiros, no município de Rio Grande. O principal ingrediente é a uva, que recebe adição de 16 a 20% de álcool, dependendo da safra.

• Consulado Geral da Argentina em Porto Alegre informa que o Instituto Nacional de Vitivinicultura está recebendo amostras de vinhos para o Vinandino 2013, concurso internacional que acontecerá nas capitais das províncias de Mendoza e San Juan, entre os dias 10 e 16 de novembro de 2013. Mais informações: www.vinandino.org.ar ou tel. (51) 3321-1360.



CASA LISBOA/DIVULGAÇÃO/JC

• Casa Lisboa, loja de bebidas finas de São Paulo, realiza até 29 de junho a primeira edição do Wine Tasting, uma degustação de variados e diferenciados rótulos de vinhos (foto acima). A cada sábado, quatro importadoras apresentarão vinhos à degustação dos convidados, que pagam R\$ 50,00 pelo ingresso. No último dia 8, foram estes: Caro, da Mistral; Las Perdices Don Juan, da Bodegas; o Haras de Pirque Elegance, da Wine Brands; e o Casas Del Bosque Gran Reserva, da Obra Prima.

• Há quem promova degustações semelhantes em Porto Alegre, até sem custos. Mas a divulgação é tardia, apenas um ou dois dias antes.



GILMAR GOMES/DIVULGAÇÃO/JC

• Vinícola Basso, de Farroupilha, apresenta seus varietais Monte Paschoal da linha Dedicato: Cabernet Sauvignon, Merlot, Tannat, Pinot Noir e Chardonnay (foto). A linha básica é a Virtus, e a vinícola produz ainda espumantes e frisantes.

• Espumante Garibaldi Moscatel receberá medalha de ouro no concurso Citadelles du Vin. Foram 800 amostras enviadas por 30 países para a Vinexpo Bordeaux, que estará aberta ao público entre 16 e 20 de junho. A expectativa é de receber 48 mil visitantes vindos de 148 países.